

ベトナムにおける日本食レストランの動向

ベトナムの日本食レストラン業界は、駐在員向けのニッチ市場から、ベトナム人消費者が主軸となる一般的な外食分野へと移行しています。日本料理への関心、所得の増加、急速な都市化が成長を後押ししており、特にホーチミンやハノイなどの主要都市で著しい発展を遂げています。市場には、高級おまかせスタイルやフルサービスレストランから、カジュアル店、創作系、特定コンセプト型まで幅広い形態が存在し、細分化する消費者の嗜好を反映しています。

市場概況

ベトナムの外食産業は、国内経済において成長が著しく、活気ある分野です。2024 年末時点で、ベトナムには約 32 万社の事業者が登録されており、市場規模は 219 億ドルに上ります¹。市場は 2033 年までに年平均成長率 9.7%で成長し、543 億ドルに達すると予測されています²。こうした成長は、急速な都市化（ベトナムの都市化率は 2030 年までに 50%を超える見込み）、購買力のある中間層の台頭、外食体験を好む消費者の嗜好の変化によって支えられています³。

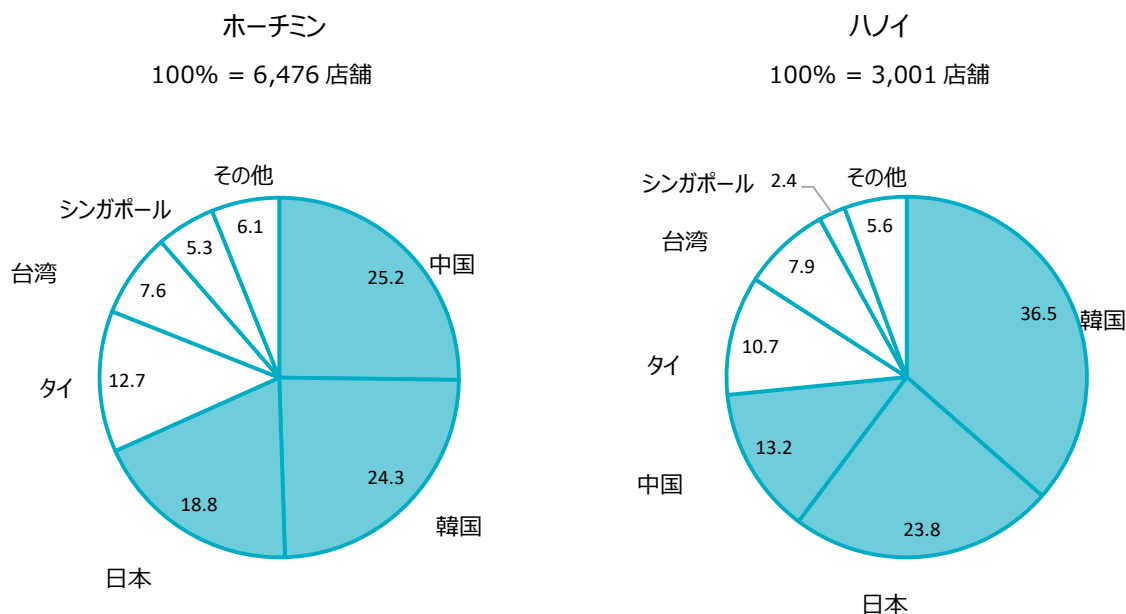
ベトナムには多様な料理ジャンルが存在し、当然ながらベトナム料理が主流を占めています。しかし外国料理も確固たる地位を築いており、特にアジア料理店が目立つ存在となっています。日本食レストランの数は、ホーチミンでは、中国・韓国料理に次ぐ第 3 位、ハノイでは、韓国料理に次ぐ第 2 位と、都市部における需要の高さが見て取れます。

¹ <https://www.vietnam-briefing.com/news/foreign-food-chains-thrive-in-vietnams-growing-fb-market.html/>

² <https://www.imarcgroup.com/vietnam-food-service-market>

³ <https://en.vietnamplus.vn/vietnams-urbanization-ratio-to-exceed-50-by-2030-post300562.vnp>

アジア系飲食店の店舗数(2025 年)



出所: Foody

日本食レストラン業界は、過去 10 年間で著しい成長を遂げています。2015 年にはわずか 770 店舗だった日本食レストランの数は、2020 年には 2,500 店舗、2025 年には約 5,000 店舗と、5 年間で倍増する勢いで増加しています⁴。日本料理は健康、食品安全、高品質と強く結びついており、アフターコロナの消費者の嗜好と合致しているほか、ベトナムの消費者層、特に若い世代の間で、アニメ、ファッション、ライフスタイルを含む日本文化、日本料理を日常的に楽しむ動きが広がっています。

同時に、駐在員を含む在ベトナム日本人、日本人観光客の増加は、現地で本格的な日本料理へのニーズを生み出しています。2024 年には日本からの訪越者数が年間約 70 万人に達し、2025 年 1 月から 5 月までの 5 か月間では 34 万人を超え、前年同期比 18.3%の増加を記録しました。

⁴ <https://www.cukcuk.vn/6560/mo-nha-hang-nhat-ban/>

さらに、ラーメンや寿司といったチェーン展開の容易な料理が多く、迅速な店舗拡大と市場開拓を可能にしています⁵。

市場特性

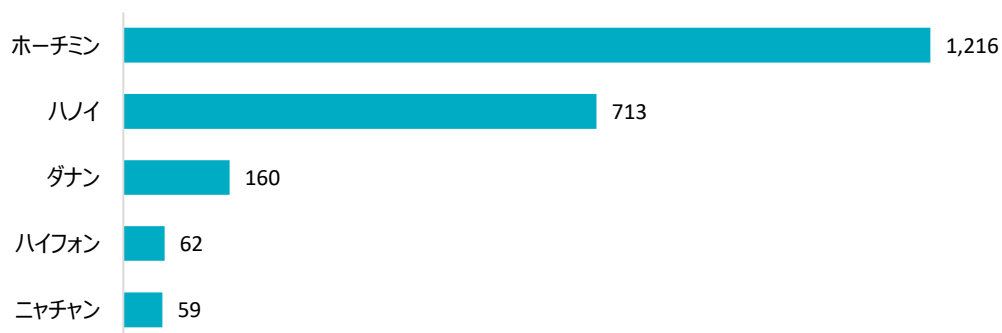
2025 年現在、ベトナムにおける日本食レストランの地理的分布は主要都市圏に大きく集中しています。ホーチミンが約 1200 店舗で国内総数の 4 分の 1 を占め首位に立ち、首都ハノイが約 700 店舗で続きます。沿岸都市でも成長が見られ、ダナンには約 160 店舗、ニャチャンには約 60 店舗が立地しており、日本からの観光増加も一因となっています⁶。

ホーチミンでは、特に旧 1 区が賑わっており、レタントン通りは「リトル東京」の愛称で知られています。これらのエリアには高級寿司バーやおまかせ料理店からカジュアルなラーメン店や居酒屋まで、多様な飲食店が軒を連ねています。ハノイでは、タイホーやホアンキエム、バディンなどの商業地区など、外国人に人気のエリアに日本食レストランが集まっています。

ベトナムの日本料理店は、本格的な日本食店とベトナムと日本のフュージョン料理店が混在しており、地域の味覚の好みを反映しています。北部ではあっさりした味わいが好まれる一方、南部では甘く濃厚な味わいが好まれています。

日本食レストランの店舗数(2025 年)

単位: 店舗



出所: Foody

⁵ <https://nhandan.vn/nhat-ban-day-manh-xuc-tien-thu-hut-khach-du-lich-viet-nam-post891212.html>

⁶ <https://www.foody.vn/ha-noi>

JETRO の 2024 年調査によれば、約 60%の店舗が日本人オーナーによる直接経営である一方、残り 40%はベトナム人経営者による独立経営、もしくは日本企業とフランチャイズ契約による運営形態となっています。この多様な経営モデルが、市場における日本食の本格志向とローカライズの両立を実現してきました⁷。

トレンド

高級セグメントは主要都市で著しい成長を遂げており、特に「おまかせ」料理が人気を集めています。ホーチミンとハノイでは現在、著名人が集う「Yuzu Omakase」のような店舗から、1 人あたり約 115 ドルからという価格帯の「Sushi Rei」のような人気店まで、多様な「おまかせ」スタイルのレストランが見られます。特筆すべきは、ベトナム人シェフが「おまかせ」料理において確かな評価を確立しつつある点で、「Maguro Studio」のようにベトナム人シェフが統括する店舗が、従来の日本人シェフが統括、監修する店舗と並んで台頭してきています⁸。

おまかせ料理の例



出所: Bokksu

同時に、ラーメン店、居酒屋、中価格帯の寿司チェーン店といったカジュアルな日本食レストラン形態も拡大を続けており、メニューの統一化、運営効率化、広範な消費者層といった利点を活かしています。特に「居酒屋」スタイルは、日本の大衆酒場文化をベトナムの嗜好に合わせてアレンジした形で支持を集めています。日本の昔ながらの居酒屋が小皿料理と酒類に重点を置くのに対し、ベトナム

⁷ <https://baodautu.vn/am-thuc-nhat-ban-hut-khach-hang-sang-d273656.html>

⁸ <https://sushi-rei-vn.com/vn/>

居酒屋では、会食時にボリュームのある料理を好む現地の食習慣を踏まえ、満腹感を得られる品目が多く取り入れられています⁹。

Izakaya Ten (ホーチミン)



出所: Viec lam cong ty Nhat

また、イオンモールなどの日本式小売・ライフスタイル複合施設では、日本食レストランや日本産食品が在ベトナム日本人と現地消費者の双方に利用されています。この小売業を核とした拡大は、ベトナムにおける日本食・文化の持続的な知名度の向上と親しみやすさの形成を牽引する主要因として評価されています。

iSushi(イオンモールビンタン内)



出所: Aeon Mall Binh Tan

⁹ <https://vietcetera.com/vn/nhau-lai-rai-kieu-nhat-ban-voi-5-quan-izakaya-an-minh-trong-khu-pho-le-thanh-ton>

加えて、日本料理店、特に高級コンセプト店では、Facebook や TikTok などの SNS プラットフォームを活用し、おまかせ料理の魅力を伝える演出やシェフのパフォーマンス、食材の品質をアピールする事例が増えています。最近の業界分析では、SNS を軸とした情報発信が、都市部の若者が「一度は体験したい」と憧れるような飲食ニーズを創出する上での重要な要素として注目されています。

市場環境・既存レストランの例

既存のレストランは、日本発のブランドと現地資本によるチェーン店（日本企業との提携を含む）が混在しています。これらプレイヤーは高級からカジュアル、軽食スタイルまで、複数のセグメントで展開しています。

既存レストランの例

	名	ジャンル	設立年 (ベトナム国内)	店舗数	概要	メニュー・特徴
1	iSushi	寿司	2015	ハノイ (11)、ホーチミン (11)、ハイフォン (1)	ビュッフェ形式とアラカルト形式で提供する専門店。主力メニューは、100 種類以上の日本料理を取り揃えたビュッフェ	寿司、刺身、鉄板焼き、焼き鳥、天ぷら、焼き物など
2	Marukame Udon	うどん	2017	ホーチミン (10)、ビンズン (1)、フエ (1)、ハノイ (5)、ハイフォン (1)	日本の讃岐風うどん専門のカジュアルダイニング	うどん、天ぷら
3	Tokyo Deli	寿司、うどん	2007	ホーチミン (13)、ハノイ (3)	日本人とベトナム人オーナーにより設立された日本食ダイニング。家族での食事やカジュアルな食事、日常シーンに適した料理を提供している	寿司（握り、巻物、組フュージョン）、刺身、うどん、丼物など、日本の定番料理
4	Sushi Hokkaido Sachi	寿司	2013	ホーチミン (11)	ベトナム資本の高級日本食チェーン。北海道から毎日新鮮な魚介類を空輸している	寿司、刺身、海鮮焼き、和牛（松阪、仙台、十勝）など

				ハノイ (3)		
5	Gyu Shige	焼肉	2016	ホーチミン (9)、 ハノイ (2) ハイフォン (1)	世界で 166 店舗を展開する日本の 老舗焼肉チェーン。高品質な牛肉をリ ーズナブルな価格で提供。顧客が自分 で焼く日本の焼肉形式	焼肉、米国産高級輸入牛 肉、豚肉・鶏肉・魚介類、日 本の小皿料理、寿司
6	Shogun	焼肉、居酒 屋	2015	ハノイ (5)、 ホーチミン (4)、バクニ ン (1)、デア ン (1)	焼肉、バーベキュー、居酒屋の料理に 重点を置き、ビュッフェ形式とアラカルト 形式で提供	焼肉、海鮮、寿司、刺身、 鍋など、日本風の焼肉・居酒 屋料理
7	Hatoyama	寿司	2017	ハノイ (6)、 クアンニン (1)、ハイフ オン (1)	本格的な味を求める客層にアピールす る高級日本食レストラン	寿司、丼物、うどん、焼き物、 煮物、定食など
8	Coco Chibanya	カレーライス	2017	ホーチミン (5)、ハノイ (1)	辛さ、ご飯の量、トッピングでカスタマイ ズできる日本のカレーライスを提供	カレーライス
9	Torisho	居酒屋	2014	ホーチミン(2)	リトルトーキョーエリアにある居酒屋。カ ジュアルな雰囲気の中、手頃な値段で 伝統的な日本料理を提供	焼き鳥、寿司、刺身、うどん、 ラーメン、日本酒、焼酎、ビー ルなど
10	Sushi Rei	寿司	2015	ホーチミン(1)	高級おまかせ料理レストラン。東京の 豊洲市場から毎日新鮮な魚介類を空 輸している	おまかせ寿司 (3 サイズ)、 季節の刺身、特選海鮮料理 (牡蠣、ふぐ、松葉がに、あ わび)、北海道産うに
11	Tenku	懐石	2019	ホーチミン (1)	ベトナムで最も高いビルから市街を一 望できるプレミアムなロケーション。日本 人シェフが統括、監修	懐石セット、アラカルト、日本 茶セット、日本酒ベースのカク テルが楽しめる日本酒バー

出所: B&Company synthesis

カジュアル・中価格帯の日本食レストランが主流を占め、ラーメン・うどん店、居酒屋、大衆向け寿司チェーンが人気を集める一方、高級おまかせ料理店は都市部でのニッチセグメントながら高い知名度を保っています。料理の面では、麺類（ラーメン・うどん）、寿司、居酒屋スタイルの単品料理が特に好まれ、ベトナム消費者が「親しみやすさ」「健康的なイメージ」「手軽さ」のバランスを重視する食傾向を反映しています。

日本発のレストランブランドがベトナムに続々と進出しており、最近では、日本を代表するラーメンチェーンの一つである「町田商店」が 2023 年にベトナムに進出しています。同社は、その後 2 年間で世界最大規模の店舗を含む 5 店舗へ急速に拡大。さらに 2025 年 11 月にはベトナム初のフランチャイズ店も開業しています。ほかにも、日本発の牛丼チェーン「吉野家」は 2020 年にベトナム再出店、新規出店を継続しています。直近では 2025 年末にイオンモール・タンフーセラドン店をオープンしています¹⁰。

高価格帯では、タイの「Top 50 Restaurants and Hotels」で首位を獲得した「Yuzu Omakase」が 2023 年末にハノイに初出店し、2024 年 4 月にはホーチミンにも出店。1 セット 1000 万 VND（約 6 万円）の高級おまかせコースを提供しています。さらに、2024 年 1 月にオープンした「Nori Modern Izakaya」、同年 7 月にオープンした「MeTetsu Izakaya」は、新世代の日本食コンセプト、特に都市部の若者をターゲットとしたモダン居酒屋スタイルで注目を集めています。

事業機会

ベトナムは日本の外食産業にとって有望な市場環境を有しています。2026 年までに上位中間層が全体の 3 分の 1 に達すると予測されており、可処分所得の増加に伴い外食頻度が高まり、高付加価値体験への需要も拡大しています。ベトナムの外食産業市場規模は 2030 年までに約 412 億ドル（年平均成長率 10.72%）に達すると予測され、2024 年にはフルサービスレストランが市場シェアの約 68%を占めると見込まれています。

高級な日本料理、特に「おまかせ」が、現地富裕層の新たな外食選択肢として台頭してきており、ハイエンドな体験型日本料理への需要が高まっています。

手頃な価格の丼物や麺類は、ベトナム人の米や麺を主食とする食習慣に合致し、手軽に食べられる食事として都市部のライフスタイルに馴染んでいます。この分野では吉野家、すき家、松屋、ココイチなど主要な日本ブランドの進出も目立っています。また、居酒屋スタイルは、アフターワークの交流の場

¹⁰ <https://vnexpress.net/hanh-trinh-machida-shoten-mang-trieu-to-mi-ramen-den-thuc-khach-viet-4924377.html>

としてベトナム人だけでなく、在ベトナム日本人、出張者にも好まれハノイやホーチミンのオフィス街で好調です。

一方で、事業機会とあわせて、いくつかの要点に留意する必要があります。進出には、ベトナムの飲食習慣に合わせたメニューと価格設定のローカライズ、主要エリアでの賃料上昇を考慮した厳格な立地選定、そして日本のサービス水準を維持するための継続的なスタッフ教育が求められます。例えば、メニューのローカライズでは、日本料理の本質的なアイデンティティを保ちつつ、生の魚介類や特殊な食材に依存するのではなく、調理済み料理の割合を増やす、シェアプレートを導入する、現地の嗜好に合わせた味付けや食材を取り入れるといった工夫が考えられます。また、大都市圏で競争が激化する中、どのように他社と差別化していくか、がキーとなります。

この機会に、ベトナムへの事業展開を検討されてみてはいかがでしょうか。
サポートデスクのご利用をお待ちしております。

『問い合わせ先』

メール：shiga-supportdesk-vietnam@b-company.jp

電話：

【日本からかける場合】+84-28-7303-7354

【ベトナム国内からかける場合】028-7303-7354

ホームページ：

<https://www.pref.shiga.lg.jp/zigyousya/shien/syoukouroudou/345188.html>